论融媒体时代主流媒体短视频传播矩阵的构建

摘　要：5G 的出现带来短视频社交平台的活跃和新媒体的大量涌现，也催化了主流媒体的新闻传播加速布局短视频平台。主流媒体利用短视频平台构建起融媒体时代的传播矩阵，是适应当下新闻传播载体和介质不断发生变化的需要，通过优化和整合自身的传播载体，增强主流媒体的竞争力，并将主流媒体自身的优势和新媒体技术更好地融合，同时，进一步稳定主流媒体的用户群和用户黏性。主流媒体还将通过建设自有短视频平台的方式，加速主流媒体短视频矩阵的纵深发展。

关键词：5G 时代；短视频；传播矩阵
中图分类号：G206　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2019）11-023-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.11.003

文 / 侯金金

2019 年 6 月 6 日，工信部正式向国内四家运营商发放了 5G 商用牌照，这标志着我国正式进入了 5G 元年。5G 的出现，不仅仅是通信技术的变革，而且改变了我们生活的方方面面。5G 的最显著，最直观的影响就是信息传播的速度大大提升，4G 网络下需要下载一到两个小时文件，在 5G 时代可能就几秒钟。这一速度的提升自然也对新闻生产环境和态势产生巨大的影响。10 月 20 日，第六届世界互联网大会举行新闻发布会，发布《中国互联网发展报告 2019》。报告显示，截至 2019 年 6 月，中国网民规模为 8.54 亿人，互联网普及率达 61.2%，网站数量 518 万个。以上数据显示，随着互联网和 5G 的出现，新闻传播的载体和新闻接收的用户行为都发生了翻天覆地的变化，用户从传统媒体时期的阅读纸质媒体逐渐过渡到网络媒体。

在 5G 网络的普及中，受惠最大的就是风头正盛的短视频平台。2019 年 6 月 12 日凌晨，有“互联网女皇”之称的玛丽·米克尔发布了 2019 年互联网趋势报告，报告显示，从“2017 年 4 月到 2019 年 4 月，中国短视频 APP 日均使用时长从不到 1 亿小时增长到了 6 亿小时。”随着短视频老牌头部平台快手、火山和新进的头部平台抖音的崛起，短视频已经成为当下互联网发展和信息传播最大的风口。长视频网站腾讯视频也不甘落后，立刻推出火锅视频，也希望在短视频的风口上分一杯羹。

1. 互联网高速发展催化主流媒体传播介质转型

互联网的出现，是对传统新闻传播手段和传播模式的巨大挑战。信息的载体和传播路径的改变、用户在信息中被动接受地位的扭转、信息传播的即时性强化、媒体和用户之间的即时互动得以实现、自媒体让用户可以自主进行新闻生产……这些互联网带来的新闻生产的新变化，对于传统的主流媒体而言，带来了巨大的生存压力。

互联网让众多新媒体直接出现，这些新媒体出现之后，信息传播的速度明显加快，其传播的速度和传统媒体相比是大幅度提高的。我们通过一组案例来清晰地比对新媒体传播速度的优势。

2008 年汶川地震发生之后，地震之后 25 分钟，新华社通过中央电视台发布了第一条关于地震的新闻。2017 年九寨沟地震时，仅仅在地震发生 25 秒后，几乎全国的手机用户都收到了网络自动推送的关于地震的新闻报道。2019 年 7 月 4 日 10 时 17 分，四川珙县发生 5.6 级地震，地震预警系统成功预警此次地震，为宜宾市提前 5 秒预警。地震发生时，大陆地震预警网同步向政府和应急部门、学校、电视、手机等不特定公众同步发出地震预警信息。

短短的十年间，新媒体的发展让信息传播的速度提高到惊人的地步，网络所带来的新媒体的发展正以日新月异的速度向我们展示着它们巨大的发展潜力和能力。传统媒体的固定用户逐渐流失，传统媒体的信息传播介质也不断发生变化。

其中，2018 年和 2019 年，传统媒体中的报纸停刊达到了高峰，尤其是 2019 年的《北京晨报》和《法制晚报》的停刊。 2008 年北京奥运会期间是报刊亭的鼎盛时期，数量高达 2500 个。至 2017 年，当年北京的报刊亭只有 1000 多个了，并且计划 3 年内全部取消。在上海，自 1998 年起，鼎盛时期有 3000 多家报刊亭，至 2017 年仅剩 200 多家，网站和网络媒体等新媒体成为主流媒体转型的第一载体。

2005 年后，传统媒体的媒体人不断转战新媒体，比如《南方都市报》原总经理陈朝华出任搜狐副总裁及搜狐网总编辑；央视经济频道原副总监郑蔚加盟爱奇艺出任首席信息官；《第一财经周刊》总编辑伊险峰辞职去了网络原生报《好奇心日报》；其原来的同事，该刊官网的副总编、主编，以及汽车、金融等版块负责人则集体辞职，转战上海筹办新媒体“界面”。

《人民日报》从 2015 年开始转型，积极涉足新媒体，《人民日报》旗下已经拥有 31 家网站、111 个微博机构

账号、110个微信公众号及20个手机客户端，如今的《人民日报》，其阅读受众超过3.5亿人。

2. 主流媒体积极布局短视频平台构建传播矩阵

2016年，被视为短视频元年，随着抖音的横空出世和即将民用化的5G，用户对短视频的使用频率越来越高。2019年7月，抖音对外宣称，日活用户超过3.2亿。从2017年4月到2019年4月，短短两年时间，短视频APP的日均使用时间从不到1亿小时暴增到6亿小时，其中，抖音、快手、好看小视频占据了前三。观看短视频已经成为用户们最常见和最普遍的信息接收和传播方式。在这种大环境的驱使下，主流媒体们也纷纷开始关注短视频平台，积极布局短视频平台，并依托短视频平台构建传播矩阵进行信息传播介质的“二次变革”。

2019年7月30日，2019（第四届）全国党报网站高峰论坛在广州开幕，论坛开幕式上发布了《2019全国党报融合传播指数报告》，该报告综合了全国377家中央、省、地市级党报在纸报、网站、微博、微信、自有客户端、入驻客户端及短视频平台的内容生产及传播情况，根据指标体系对各级党报进行了综合评估。

数据显示，2019年，党报在各个渠道的覆盖率均较去年同期有所增长。半数党报开通了抖音号，省级党报在各个渠道的覆盖最为完备，除抖音平台外，其他渠道覆盖率均为100%。其次是中央级党报，除自建客户端和抖音平台外，其他渠道均已全部覆盖。

主流媒体布局短视频平台进行新闻传播，一方面是适应新闻传播行业生态发展的必然，随着新媒体的不断出现，传统媒体的新闻和信息的介质——报纸、期刊甚至包括电视等，其固有的优势在新媒体前已经逐渐消失；另一方面也是为了更好地争取用户的关注。短视频的快速崛起，导致传统媒体的用户大量流失，同时，用户们也逐渐适应了通过互联网快速高效传递和接收信息，主流媒体布局短视频也是迎合用户的阅读习惯而做出的改变。

2018年8月24日，《新闻联播》继加入快手短视频平台之后，正式入驻短视频平台抖音。在此之前，《新闻联播》加入快手，粉丝数瞬间涨到1210.9万。加入抖音之后，《新闻联播》发布的第一条短视频就收获粉丝1000万。用户对于《新闻联播》加入表现出了极大的关注度。《新闻联播》开通快手和抖音号迅速涨粉的状态，也体现了用户们对主流媒体利用两微一端这种接地气的行为进行新闻传播表现出极大的热情。

《新闻联播》布局快手、抖音等短视频平台，正是主流媒体适应时代发展构建短视频传播矩阵的有效尝试。传播矩阵，是指运用多渠道进行关联，形成一个可持续运转的内容和传播体系。当短视频有望成为5G时代信息传播中的主要介质后，主流媒体纷纷在自身原有的信息传播的介质上和短视频进行联动，打造短视频传播矩阵。短视频传播矩阵，也就是媒体在多个短视频社交平台上建立账号，并实现各个账号之间的内容互相引流，最终通过短视频将用户引流到关注媒体本身的内容生产上。

所以，主流媒体在短视频平台的布局非常积极主动。比如，至到目前，新华社抖音主页显示粉丝量为554.5W，其中抖音粉丝为159.7W，头条主页粉丝为394.7W；新华网抖音主页显示粉丝量为972.7W，其中抖音粉丝占148.9W，头条主页粉丝量占823.8W;小央视频抖音主页显示粉丝量为123.4W，其中抖音粉丝为109.5W，头条号粉丝量占13.9W。

3. 主流媒体构建短视频传播矩阵的作用和意义

主流媒体构建短视频传播矩阵，是我国主流媒体和新闻传播工作适应互联网社会的发展趋势而做出的一次大胆有效的尝试，它也代表了主流媒未来的发展态势。

3.1 短视频传播矩阵有利于助力媒体增加其传播的影响力，扩大其内容生产对用户的吸引力

短视频传播矩阵的构建，意味着主流媒体的内容在多个短视频社交平台上播出，同时，这些短视频社交平台也和其他新媒体进行互联，比如微信、微博、头条和主流媒体自身的客户端等。这就可以促使一条内容同时可以在全网各种不同类型的传播介质上进行播放，观看内容的用户比单一形式的介质传播大大增加。

2018年春节，《人民日报》的抖音视频《全网暖心互动：牵妈妈的手》，上线一天，用户在微博发起的讨论话题“牵妈妈的手”讨论就高达34.4万次，阅读量达5.2亿次；《参考视界》在火锅视频发布的关于中国少林绝技视频火到国外的新闻，一周内腾讯平台播放量近900万，百家号的点击量近140万。

短视频传播矩阵的优势在于，主流媒体的内容不再是借助单一的传播介质进行传播，它可以将内容引流到各种传播介质上，同时，还因为强大的互动性，引发用户的“二次关注”，这样内容的传播效果和用户量将呈现集合倍数的增长，这对于主流媒体增加用户黏性是大有裨益的。《人民日报》在八一建军节推出的抖音短视频《祖国四极哨兵送八一祝福》，同时展现了南、北、西、东四极哨所哨兵当天的风貌，该视频阅读量当天就达到1815万次，点赞114万次。

3.2 改变用户对主流媒体严肃刻板的印象，帮助主流媒体赢得年轻用户的青睐，增强主流媒体的竞争力和传播力

2019年8月，新闻联播入驻快手之后，李梓萌用网络语言非常接地气地讲述了《新闻联播》入驻快手的原因:“《新闻联播》开播至今已经41年了，可能比很多老铁的年龄还要大。我知道，快手的Slogan是‘记录世界，记录你’，《新闻联播》每天都在记录中国，记录真正追求幸福与进步的中国人。在这一点上，我们是一样的。”新闻联播的快手号上自我介绍为“41岁”“摩羯座”。用户纷纷留言，“太接地气”“喜欢这样的小新”等。

传统媒体时期的主流媒体新闻传播工作都比较严肃刻板，加上很难和用户之间发生良好互动，所以，在传播效果上往往就是告知用户相关信息，让用户觉得主流媒体高大上，难以亲近，在心理上和主流媒体之间有很强的距离感。主流媒体的短视频传播矩阵构建之后，不是简单照搬主流媒体的制作内容，而是用当下年轻用户喜爱的方式进行信息传播，不但适应短视频这种传播介质的发展，同时也迎合了用户的喜好，让用户感受到全新的、富有新的活力的主流媒体，呈现出他们“以用户为中心”的传播理念。

比如 2019 年 10 月 4 号，《人民日报》就联合抖音账号发布了一组“如果 70 年前《人民日报》就有抖音账号”的系列短视频，将中华民族的 70 年历程用 H5 的形式逐一展现。用户感叹，原来新闻还可以这样播！一向严肃、端庄的《人民日报》一改“高冷范儿”，在抖音走起了亲民路，实力上演反差萌。目前，《人民日报》的官方抖音号已收获了四千多万粉丝，获赞 14 亿，成为“最强爱豆”。

央视的抖音号注册之后，用户们看到了不一样的康辉。“像我这样优秀的人……像我这样聪明的人”……康辉正深情演唱一首《像我这样的人》，陶醉其中，两只手还指着脸颊卖萌。这时，李思思和任鲁豫突然出现在康辉身后。画面中出现了主播“人设”崩塌的阶段：极度震惊——面部表情失控——哈哈哈哈哈…… “原来你们这么皮啊”“你们平时工作辛苦又紧张，有空就应该放松一下，开心快乐才是生活，哈哈………”“被主持耽误的演员”……看到平时严肃的主持人这样搞笑的一面，用户们纷纷直呼：圈粉了。

2019 年，人民网的抖音号则通过推出编辑部“网红”，以展示内部工作细节打造“软萌”形象，吸引用户。其中一条获 146 万次点赞的视频画面中，人民网一位女编辑在办公室里用抖音拍摄电脑中的风景图片，每打一个响指出现一个画面，配上抖音流行音乐，文字说明为“听说妹子上班第一天接到任务：旅游日拍遍祖国大好河山，她就在办公室拍起抖音……”幽默的段子加上编辑部的后台场景和人物，满足了网友好奇心。“网红”编辑还以各种形式展示人民网各个角落，大门、食堂、小卖部、图书馆……

这些短视频都引发用户大讨论和回复很多网友表示要关注主流媒体的短视频传播号，觉得他们接地气、会卖萌，符合当下年轻人的阅读和接受心理。

4. 主流媒体短视频传播矩阵的前景展望

对于主流媒体而言，传播介质的变迁是时代发展和技术发展的必然趋势，积极布局短视频，构建短视频传播矩阵将成为即将到来的 5G 时代中主流媒体传播模式和传播手段发展的必然趋势。不过，由于目前短视频社交平台的发展尚且处于发展中期，主流媒体的短视频传播矩阵的构建仅仅入驻短视频社交平台是远远不够的，还需要进一步深化和完善，在这一点上，《人民日报》已经做出了很好的尝试。

如 2019 年 9 月 19 日，《人民日报》新媒体中心发布了一款全新的短视频产品——“人民日报 ”，独立于人民日报客户端进行运营。这也是国内第一个由“传统纸媒”推出的短视频产品，它在领先于大部分“传统媒体”同行之时，又给火热的短视频领域再添一把旺火。在“人民日报 ”的预热期，海报中就打出了“让你看，帮你办”的口号，也就是说，它不仅仅是一个内容平台，还肩负着“国家队”的服务职责——除了短视频和直播，“人民日报 ”的另一大主要功能是“人民问政”。“人民日报 ”短视频客户端是主流短视频 PUGC 聚合平台，内容来源主要包括聚集、PUGC 上传、自制三方面，即从各内容平台挑选的优质内容、机构和个人约稿和《人民日报》自有内容。

《人民日报》短视频平台的推出，意味着主流媒体的短视频矩阵的布局向纵深化发展，它意味着主流媒体的短视频传播矩阵将在不断整合社交化短视频平台的同时，也将短视频平台的传播属性向功能属性进一步拓展，让主流媒体的传播矩阵功能更加强大。媒

参考文献

[1] 彭曙光 . 主流媒体的抖音账号运营攻略 [N]. 搜狐新闻，2019-08-28.

[2] 央视新闻 . 看《新闻联播》，竟比追剧还爽！中国最老牌节目，为何突然爆火？ [OL/BL].http：//news.cnr.cn/native/gd/20190816/t20190816_524734986.shtml.

（作者单位：河北省保定市顺平县蒲阳镇司法局）